

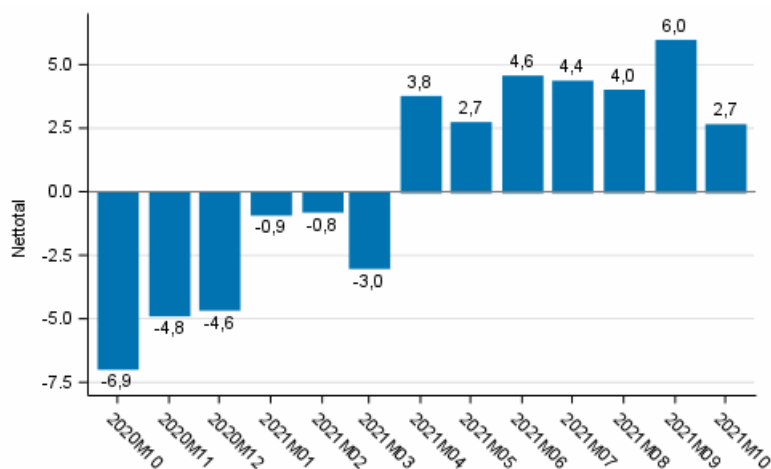
Konsumenternas förtroende

2021, oktober

Konsumenternas förtroende sjönk men var fortsättningsvis starkt i oktober

Konsumenternas förtroendeindikator var i oktober 2,7, då den i september var 6,0 och i augusti 4,0. I oktober i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -6,9. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,7. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–19 oktober av 1 025 personer bosatta i Finland.

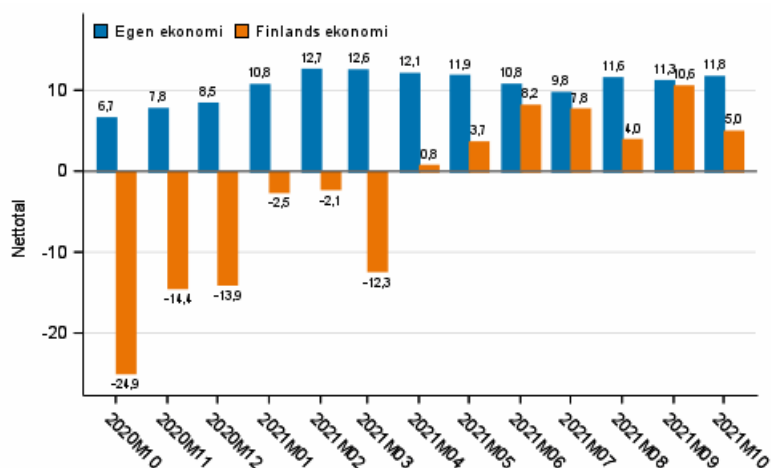
Konsumenternas förtroendeindikator



Av delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator var både förväntningarna och synen på konsumenternas egen ekonomi i nuläget mycket ljusa i oktober. Förväntningarna på Finlands ekonomi var också optimistiska. Dessutom hade konsumenterna i oktober rätt många planer på att köpa kapitalvaror.

Jämfört med september var förväntningarna på den egna ekonomin om ett år ungefär oförändrade i oktober. De övriga tre delfaktorerna försvagades klart. Jämfört med oktober i fjol var delfaktorerna nu på en betydligt starkare nivå, förutom planerna på att skaffa kapitalvaror, som förekom i ungefär samma utsträckning som för ett år sedan.

Konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin och Finlands ekonomi om ett år



Även konsumenternas förväntningar på den allmänna arbetslöshetssituationens utveckling i Finland försvagades något i oktober, men förblev fortfarande ljusa. Detsamma gällde de sysselsattas, dvs. löntagarnas och företagarnas, syn på risken för att själva råka ut för arbetslöshet eller permittering vid tidpunkten för enkäten. I oktober överskred konsumenternas uppfattning om stegringen av konsumentpriserna, dvs. inflationen, om ett år redan tydligt långtidsmedelvärdet.

Liksom under de föregående månaderna uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen var utmärkt i oktober. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var ytterst gynnsam för att spara, bra också för att ta lån och relativt bra för att köpa kapitalvaror. Man förutspådde att det fortsättningsvis uppstår rätt många möjligheter att spara under de kommande månaderna.

I oktober hade konsumenterna fortfarande mycket rikligt med planer på att köpa bostad. Det fanns också många planer på grundläggande reovering av hemmet. Dessutom funderade väldigt många på att köpa bil under det följande året. Liksom under de senaste månaderna var intresset för att ta lån mycket vanligt i oktober.

Konsumenternas förtroende efter storumråde och befolkningsgrupp

I oktober var förtroendet för ekonomin, liksom tidigare, klart starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 8,0) och svagast i Östra Finland (-0,2). Av befolkningsgrupperna var lägre tjänstemän (9,7) och högre tjänstemän (9,6) de mest optimistiska. I oktober var pensionärerna mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen (-7,4).

Förtroendet för ekonomin minskar vanligen med personens ålder, och på motsvarande sätt ökar förtroendet vanligen i takt med inkomsterna. Män tenderar att ha större förtroende för ekonomin än kvinnor. Närmare information finns i [databastablerna](#).

EU-resultat

Alla EU-länders (säsongrensade) forskningsresultat om ekonomiska förväntningar publiceras varje månad på Europeiska kommissionens webbplats: [Pressmeddelanden](#).

Begrepp

Nettotalet erhålls genom att vikta svarsalternativen och subtrahera den procentuella andelen nekande svar från den procentuella andelen jakande svar på en fråga. **Konsumenternas förtroendeindikator** (A1)

beräknas som ett genomsnitt av delfaktorernas netttotal. Förtroendeindikatorns fyra delfaktorer är: konsumentens egen ekonomi nu (B1), konsumentens egen ekonomi om 12 månader (B2), Finlands ekonomi om 12 månader (B4) och konsumentens användning av pengar på kapitalvaror under de följande 12 månaderna jämfört med föregående 12 månader (E1). Nettotalen och förtroendeindikatorn kan variera mellan -100 och +100, ju högre siffra desto mer optimistisk är synen på ekonomin.

Innehåll

1. Granskning av svarsfördelningar.....	5
2. Metoden för undersökningen om konsumenternas förtroende.....	6

Tabeller

Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Konsumenternas uppfattningar och avsikter.....	7
--	---

Figurer

Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator	9
Figurbilaga 2. Egen ekonomi.....	9
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi.....	9
Figurbilaga 4. Inflation	10
Figurbilaga 5. Arbetslöshet.....	10
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	10
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara.....	11
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader.....	11
Figurbilaga 9. Köp av kapitalvaror 12 månader framåt jämfört med 12 månader bakåt.....	11
Figurbilaga 10. Avsikter att köpa inom 12 månader.....	12

1. Granskning av svarsfördelningar

Egen och Finlands ekonomi

I oktober ansåg 39 procent av konsumenterna att Finlands ekonomi för närvarande är sämre än för ett år sedan och 30 procent ansåg att den är bättre. Av konsumenterna uppskattade 17 procent att den egna ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan. Klart fler, dvs. 27 procent av konsumenterna, ansåg att den egna ekonomin i oktober var starkare än året innan. Motsvarande andelar var i september 15 och 29 procent och för ett år sedan 18 och 24 procent.

I oktober trodde 37 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 24 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var månaden innan 42 och 21 procent och för ett år sedan i oktober dystra 21 och 52 procent.

I oktober litade 29 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 11 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I september var motsvarande andelar 29 och 11 procent och för ett år sedan 26 och 15 procent.

Arbetslöshet och inflation

I oktober litade 39 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten i Finland minskar under det följande året och 22 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i september 44 och 21 procent och för ett år sedan mycket dystra 12 och 76 procent.

I oktober antog 9 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet eller permittering minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 14 procent bedömde att risken ökat. Å andra sidan upplevde hela 48 procent av de sysselsatta att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa eller permitterade. En månad tidigare var dessa tre andelar 11, 11 och 49 procent och i oktober i fjol mycket nedstämda 4, 34 och 37 procent.

I oktober uppskattade konsumenterna att konsumentpriserna stiger med t.o.m. 3,2 procent under de följande 12 månaderna. Inflationförväntningarna var för ett år sedan 2,4 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,9 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 68 procent i oktober att det är fördelaktigt att spara. För ett år sedan var andelen bara 53 procent. Sextiofyra procent av konsumenterna hade sparat i oktober och 78 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I oktober ansåg 58 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Året innan var andelen bara 44 procent. I oktober planerade 19 procent av konsumenterna att ta lån inom ett år. Den genomsnittliga andelen på lång sikt är 16 procent.

Penninganvändning

Av konsumenterna ansåg 30 procent i oktober att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Av konsumenterna avsåg 14 procent att öka och 31 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året. De senare andelarna var i september 16 och 25 procent och för ett år sedan i oktober 14 och 31 procent.

I oktober planerade 17 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil under de följande 12 månaderna. Femton procent av konsumenterna planerade att köpa bostad inom ett år. I oktober planerade dessutom 21 procent av konsumenterna att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år. Långtidsmedelvärdet för planerna på att köpa bil är 14 procent, för planerna på att köpa bostad 13 procent och för planerna på att renovera hemmet 18 procent.

2. Metoden för undersökningen om konsumenternas förtroende

Med hjälp av undersökningen om konsumenternas förtroende mäter man de finländska konsumenternas förtroende för ekonomin, dvs. föreställningar om och förväntningar på den egna ekonomiska utvecklingen och den allmänna ekonomiska utvecklingen i Finland. Man utreder också konsumenternas planer på att göra stora anskaffningar, spara och ta lån. Undersökningen genomförs med en s.k. mixed-mode-datainsamling, dvs. med webblankett och genom telefonintervjuer (CATI). I undersökningen finns färdiga svarsalternativ (en kvalitativ undersökning).

Undersökningens tidigare namn var konsumentbarometern. Konsumentbarometern genomfördes med enbart telefonintervjuer. Den första barometerundersökningen gjordes i november 1987. Ända till 1991 gjordes undersökningen två gånger om året, i maj och november. År 1992 ökade man antalet undersökningsomgångar till fyra: undersökningsmånaderna var februari, maj, augusti och november. Fr.o.m. oktober 1995 har man samlat in uppgifter om konsumenternas uppfattningar varje månad på uppdrag av och med delfinansiering från [Europeiska kommissionen](#).

Urval och datainsamling

Till populationen i undersökningen om konsumenternas förtroende hör 3,9 miljoner personer i åldern 18–74 år i Finland. I undersökningen används roterande paneldesign: alla medverkar två gånger inom ett halvt år. Det slumpmässiga urvalet utgörs varje månad av cirka 2 200 personer av vilka hälften är med första gången och hälften andra gången. Undersökningsområdet omfattar hela landet, och deltagarna representerar landets befolkning ifråga om ålder, kön, bostadsområde och modersmål. Undersökningens datainsamlingsperiod är de två eller tre första veckorna i månaden.

I oktober 2021 erhöles svar från 1 025 personer. Av svaren 75 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 52,9 procent. Bortfallet omfattar förutom dem som vägrade eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunde nå. Eventuell övertäckning (personer som dött, som bor i anstalt eller som flyttat utomlands o.dyl.) ingår här också i bortfallet.

Viktning

Alla svarsuppgifter för undersökningen om konsumenternas förtroende upphöjs till populationsnivå med hjälp av viktkoefficienter. Viktningen korrigerar effekterna av bortfallet av svar och förbättrar uppgifternas statistiska exakthet. Viktkoefficienterna bildas med en kalibreringsmetod (Calmar) genom att utnyttja sannolikheten för resp. observation att ingå i urvalet. Siffrorna och serierna som publiceras har inte säsongrensats.

Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Konsumenternas uppfattningar och avsikter¹⁾

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	10/2020	09/2021	10/2021	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,7	6,8	-13,9	-6,9	6,0	2,7	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,1	9,5	-5,3	3,9	9,5	6,9	++
- Bättre (%)	.	.	.	23,8	28,8	27,1	
- Sämre (%)	.	.	.	18,1	14,6	17,0	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,2	13,5	1,2	6,7	11,3	11,8	++
- Bättre (%)	.	.	.	25,6	29,3	29,4	
- Sämre (%)	.	.	.	15,2	10,9	10,5	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-7,8	25,9	-66,5	-61,0	-4,4	-7,8	=
- Bättre (%)	.	.	.	2,9	32,3	29,8	
- Sämre (%)	.	.	.	87,5	36,5	38,9	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-2,0	20,3	-32,8	-24,9	10,6	5,0	+
- Bättre (%)	.	.	.	20,5	42,0	36,6	
- Sämre (%)	.	.	.	52,2	20,6	24,5	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,0	3,0	3,3	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,9	5,3	1,7	2,4	2,9	3,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,6	20,3	-59,5	-45,5	10,1	7,2	+
- Mindre (%)	.	.	.	12,2	44,5	39,3	
- Mera (%)	.	.	.	76,3	21,4	21,9	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-6,4	4,7	-26,6	-20,8	0,8	-1,8	+
- Minskat (%)	.	.	.	4,0	11,2	9,3	
- Ökat (%)	.	.	.	33,8	10,6	13,7	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,5	43,5	-14,3	11,2	19,3	17,0	=
- Bra tid (%)	.	.	.	29,2	32,6	29,7	
- Dålig tid (%)	.	.	.	18,0	13,4	12,8	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,7	29,4	-28,5	5,7	26,4	23,6	++
- Bra tid (%)	.	.	.	53,1	70,7	68,3	
- Dålig tid (%)	.	.	.	45,8	28,3	30,0	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,5	31,7	-60,4	-5,9	17,8	11,3	+
- Bra tid (%)	.	.	.	44,1	64,3	58,4	
- Dålig tid (%)	.	.	.	53,6	34,0	39,5	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	22,0	33,1	6,4	30,9	32,7	31,3	++
- Sparar (%)	.	.	.	64,9	65,1	63,6	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	9,0	9,8	10,3	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	40,2	53,6	9,8	49,3	48,7	48,0	+
- Kan spara (%)	.	.	.	77,3	76,6	77,6	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	22,6	22,9	21,8	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,6	24,2	10,5	19,3	21,5	18,8	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	5,1	6,0	5,7	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	10/2020	09/2021	10/2021	Utsikter ²⁾
- Eventuellt (%)	.	.	.	14,2	15,5	13,2	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-16,1	-6,9	-26,7	-13,4	-7,5	-13,0	+
- Mera (%)	.	.	.	14,1	16,2	14,1	
- Mindre (%)	.	.	.	30,8	24,7	31,5	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,4	19,2	10,1	16,0	17,1	17,3	++
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	4,8	6,3	6,7	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	11,2	10,8	10,6	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,8	18,5	9,1	15,2	18,5	15,2	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	4,7	5,6	5,1	
- Eventuellt (%)	.	.	.	10,5	12,9	10,1	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,6	26,0	8,1	21,4	22,2	21,1	+
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	6,6	8,7	8,0	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	14,8	13,5	13,1	

1) Långtidsmedelvärdet, maximi- och minimivärdet kan inte presenteras för svarsfördelningarna.

2) Utsikter: ++ mycket goda, + goda, = neutrala, - dåliga, -- mycket dåliga; nettotalets avvikelse från medeltalet har jämförts med standardavvikelsen.

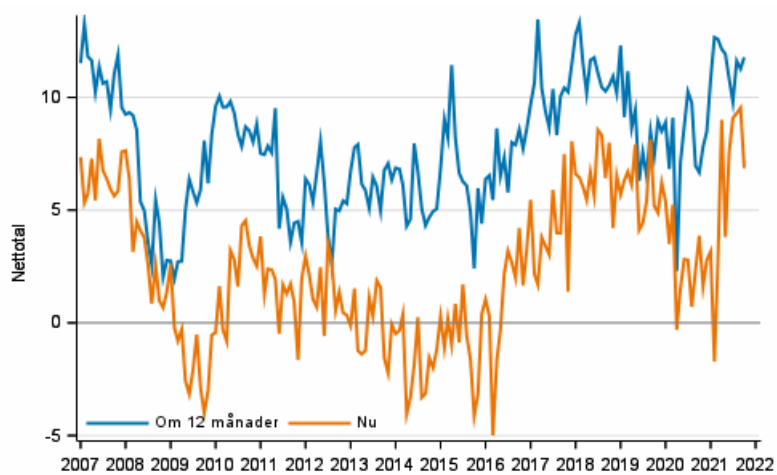
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

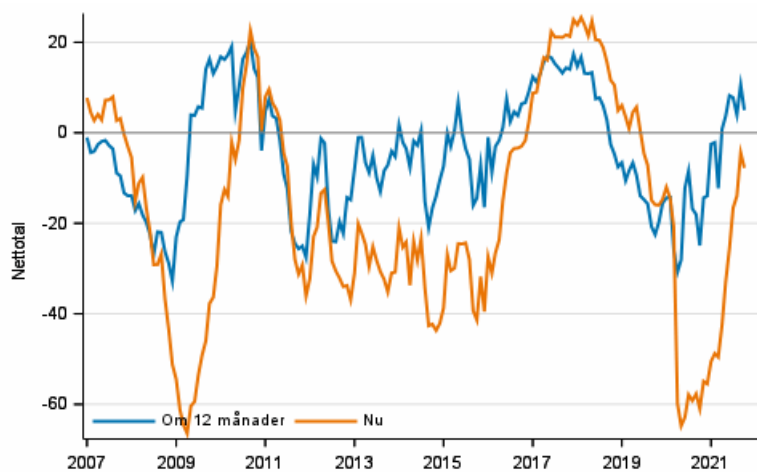


1) medeltal 10/1995 - 10/2021

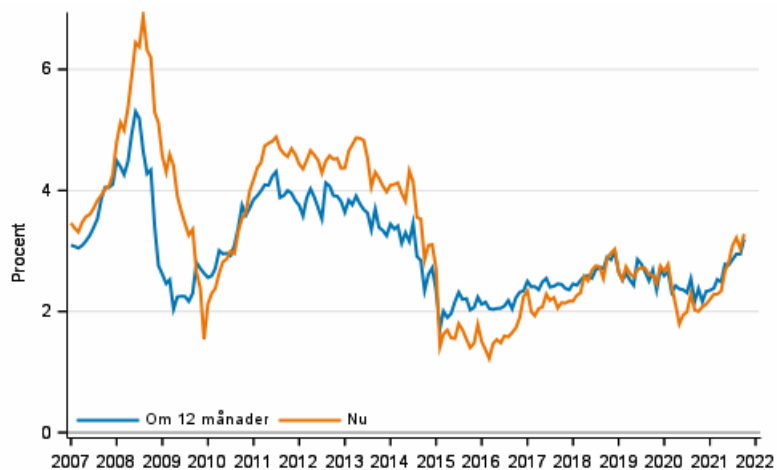
Figurbilaga 2. Egen ekonomi



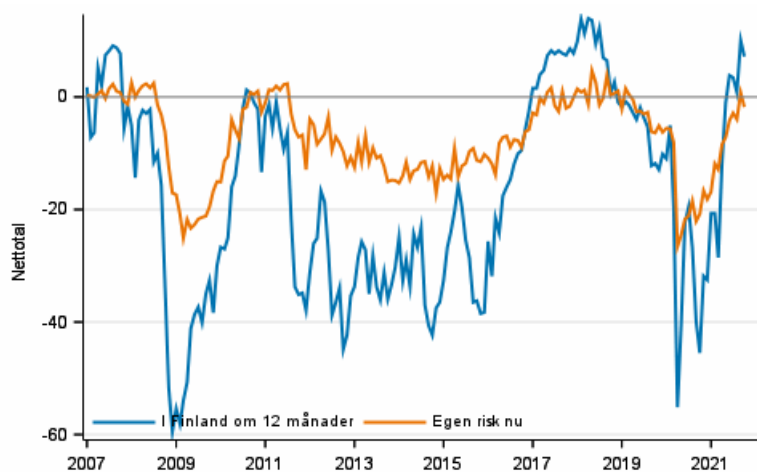
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



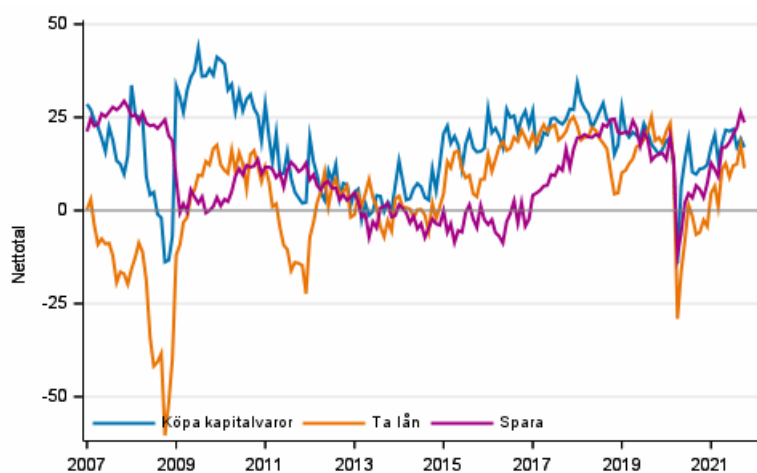
Figurbilaga 4. Inflation



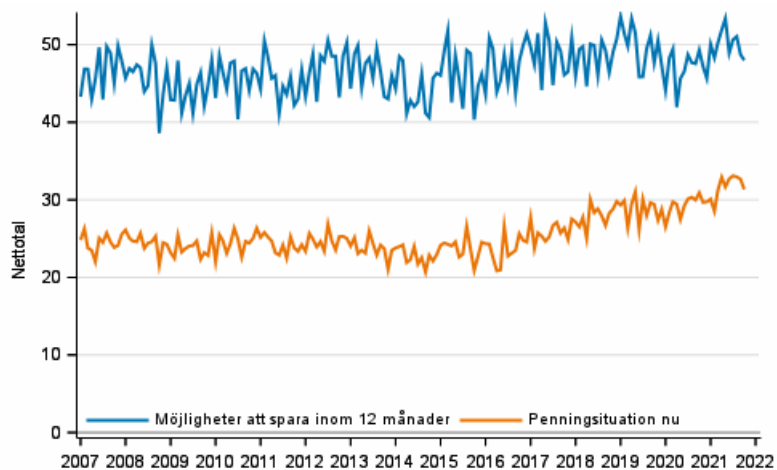
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



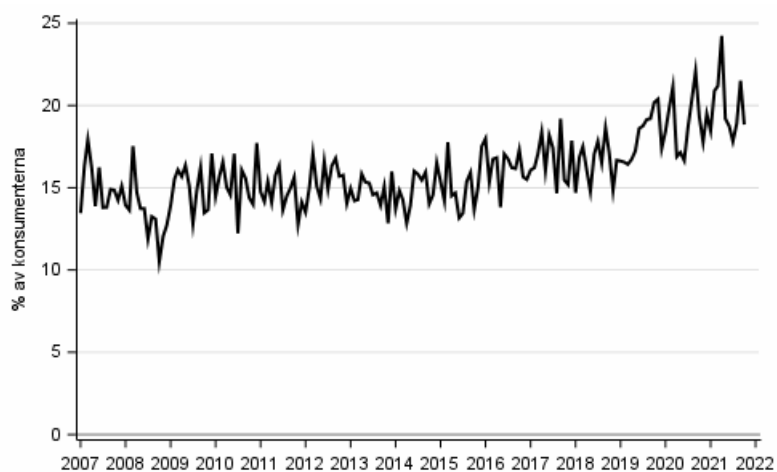
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



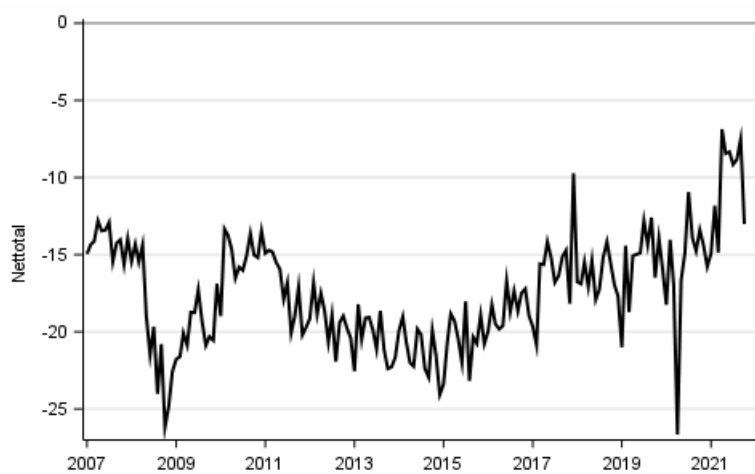
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



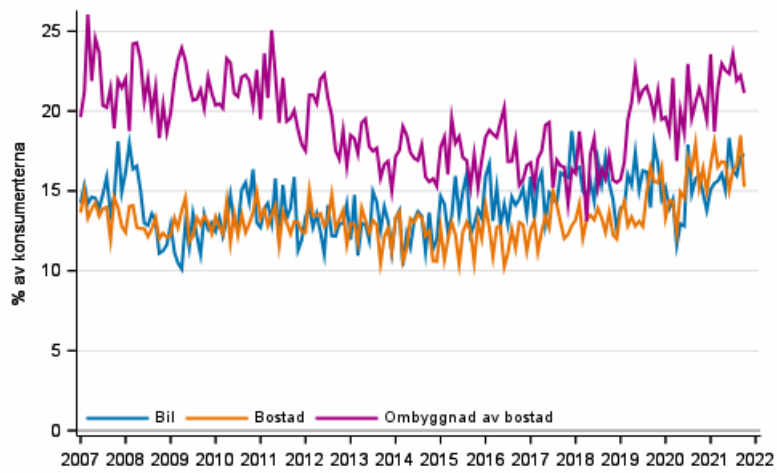
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



Figurbilaga 9. Köp av kapitalvaror 12 månader framåt jämfört med 12 månader bakåt



Figurbilaga 10. Avsikter att köpa inom 12 månader



Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Tara Junes 029 551 3322

Ansvarig avdelningschef:

Hannele Orjala

konsumenternas.fortroende@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumenternas förtroende 2021, oktober. Statistikcentralen